

## HUBUNGAN ANTARA TERPAAN PROGRAM SIARAN “SIAPA KAMU” DI RADIO *NINETYNINERS* 100 FM BANDUNG DENGAN MOTIVASI SISWA UNTUK MENJADI PENYIAR

Charisma Asri Fitrananda, S.Ikom., M.Ikom  
Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tayangan “Program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100 FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar. Penelitian ini menggunakan metode korelasional dengan pendekatan survei. Variabel program siaran “*Siapa Kamu*” terbagi atas sub variabel intensitas program siaran, daya tarik, dan kredibilitas penyiar. Variabel motivasi menjadi penyiar terbagi atas subvariabel komponen pengetahuan, ketertarikan dan keinginan. Objek penelitian ini adalah siswa *Ninetyniners Radio School* mengikuti pelajaran mengenai dunia siaran minimal selama 1 periode (6 bulan) dan aktif mendengarkan program siaran “*Siapa Kamu*” secara rutin dalam kurun waktu 6 bulan. Sampel yang diambil berjumlah 72 orang responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah acak sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar.

Kata-kata kunci: Radio, penyiar, motivasi

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to know the relationship between “Siapa Kamu” Program on Ninetyniners Radio 100FM Bandung and the Motivation of Ninetyniners Radio School to be an Announcer. The variable of “Siapa Kamu” show is divided into sub variable of show intensity, attractions, and announcer credibility. The variable of the member motivation is divided into sub variable of education, interested and desire. The objects of this research are the members of Ninetyniners Radio School students who have learned about broadcasting for at least six month and listened “Siapa Kamu” actively. The sample which is taken is 72 respondents. The technique of sample collecting used is random sampling. The result of this research showed that there was a significant relationship between the broadcast program “Siapa Kamu” with student motivation of Ninetyniners Radio School to become a broadcaster.*

*Keywords: Radio, Broadcaster, motivation*



## A. PENDAHULUAN

Radio, salah satu media elektronik yang terus digemari dan bertahan sejak awal kemunculannya. Meskipun televisi, sebagai media audio visual kini menjadi primadona masyarakat untuk menerima informasi, radio yang bersifat audio, masih tidak kehilangan pamornya, bahkan keberadaan radio dalam menyampaikan informasi, kadang mengancam keberadaan elektronik lainnya.

Sebagai media komunikasi massa, radio siaran, khususnya perusahaan radio harus dapat memberi warna tersendiri bagi media radionya. Konsep radio yang satu bisa sama atau memang berbeda sekali dengan radio siaran yang lainnya. Radio sebagai salah satu media dari komunikasi massa, mempunyai fungsi yang sama dengan fungsi komunikasi yaitu untuk menginformasikan (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to influence*) sehingga akhir tujuan dari komunikasi akan tercapai, yaitu mengubah sikap, mengubah opini/pendapat/pandangan, mengubah perilaku dan mengubah masyarakat.

Radio, ibarat ruang terbuka yang tidak pernah sepi aktivitas, bukan hanya meminjam istilah *theatre of mind*, tapi juga *theatre of thinking*, radio tidak

pernah habis dikupas dari berbagai sudut pandang. Ia telah mengakar di benak masyarakat sebagai media yang memiliki fungsi majemuk. Masyarakat tak henti-hentinya mendengarkan radio, baik itu sebagai sumber informasi, hiburan, atau hanya sekedar teman dalam kesepian.

Pada radio siaran dan rekaman auditif, komunikasi hanya mendengar. Radio memiliki kelebihan dibanding media lainnya, sifatnya yang auditori atau untuk didengarkan, jadi orang lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Selain itu juga ditunjang dengan bervariasinya pelayanan yang diberikan dalam kedudukan radio sebagai *public service*, mulai dari musik, informasi, hiburan dan humor.

Untuk radio siaran terdapat cara tersendiri, yakni apa yang disebut *broadcast style* atau gaya radio siaran. Gaya radio siaran ini disebabkan oleh sifat radio siaran yang mencakup auditori, *radio is the Now*, imajinatif, akrab, gaya percakapan, dan menjaga mobilitas.

Pemberitaan radio memiliki standarisasi tertentu, banyak radio di Indonesia sejak reformasi, yang telah menancapkan program pemberitaan atau siaran informasi sebagai daya jualnya. Seiring dengan perguliran reformasi,



dunia siaran radio pun berubah. Munculnya stasiun-stasiun radio di tanah air merupakan jawaban pasti bagi lahirnya era kebebasan pers dan penyiaran. Kota Bandung pun tidak luput dari hal tersebut. Melihat begitu banyak orang yang secara setia mendengarkan radio, walaupun banyak teknologi lain, secara psikologis dapat disimpulkan bahwa orang memperoleh kepuasan dalam menggunakan media, betapapun kecilnya pemuasan yang dapat dilakukan media.

Dalam buku *Psikologi Komunikasi* pun dijelaskan bahwa Lingkungan eksternal amat memainkan peranan yang amat penting dalam menentukan terpaan media. Kesempatan mendengarkan siaran jika hanya ada radio. Walaupun demikian, faktor-faktor personal tetap mempengaruhi penggunaan media. Kahalayak cenderung menyukai media tertentu dari berbagai komunikasi massa yang ada.

Program acara merupakan suatu bentuk penyajian acara dalam radio. Biasanya program acara disusun sedemikian rupa ke dalam bentuk format acara. Karena itulah untuk meraih pendengar, radio harus menentukan format acaranya. Format acara radio adalah bentuk susunan program-program

acara tertentu sebagai identitas radio. Penentuan format acara radio berhubungan dengan target segmentasi pendengarnya yang biasanya dilatarbelakangi oleh bisnis.

Hal ini dibuktikan oleh radio *Ninetyniners* sebagai salah satu radio swasta anak muda di Bandung. Radio *Ninetyniners* yang berdiri dibawah pengelolaan PT. Radio Swara Milliard Artha merupakan salah satu saluran radio swasta yang mengudara di Bandung dan telah banyak meraih pendengar dilihat dari banyaknya pendengar yang ikut berpartisipasi dengan cara mengirimkan sms (*short message service*) dan telepon.

*Program Director* yang membawahi produser berupaya menciptakan citra bagi perusahaan atas nama acaranya dengan menyajikan acara-acara yang baik sesuai dengan sasaran, sehingga dapat diterima oleh pendengar. Tentu saja karena sasaran pendengar radio *Ninetyniners* adalah remaja, maka program yang dihadirkan-pun berkaitan dan erat dengan kehidupan remaja, yakni musik, gaya hidup, gaya berpakaian dan hobi remaja.

Salah satu program acara yang diminati pendengar adalah program siaran "*Siapa Kamu*". Program berdurasi 1 jam



atau 60 menit ini merupakan program harian. Berlangsung setiap hari, yakni hari Senin hingga hari Minggu, pukul 05.00-06.00 wib. Program siaran "*Siapa Kamu*" khusus dirancang menyediakan sarana kepada siswa SMA untuk menjadi penyiar.

Program ini memberikan kesempatan kepada siswa SMA yang berada di Bandung untuk menjadi penyiar selama 1 jam. Tiap harinya, dua hingga tiga orang siswa SMA diberi tanggung jawab untuk siaran di studio *Ninety Niners*. Untuk bisa menjadi penyiar, siswa SMA tersebut melakukan seleksi sesuai dengan kriteria dari slogan *Ninety Niners*, yaitu "*keep funky, no matter what they say*".

Menurut Program Director "*Siapa Kamu*", Moh. Fadil, seleksi ini dilakukan di tiap periode di 20 sekolah di Bandung untuk menjadi *Ambassador* atau duta *Ninety Niners*. Tiap periodenya dipilih 50 siswa untuk menjadi duta *Ninety Niners* dengan cara seleksi dan wawancara mengenai pengetahuan, ketertarikan, dan kreativitasnya mengenai dunia broadcast/penyiaran.

Seperti program radio anak muda lainnya, "*Siapa Kamu*" mempunyai tema siaran tiap harinya yang berbeda-beda. Tema ini yang diusulkan oleh penyiar

kepada produser. Jika sudah disetujui, maka penyiar akan membicarakan tema tersebut. Tema siaran biasanya merupakan topik yang sedang hangat di kalangan anak sma, seperti *boyband* yang sedang terkenal, tempat hiburan, atau hal-hal yang sedang hangat di sekolahnya.

Maka dari itu, penyiar mengundang pendengarnya untuk mengirimkan *sms* (*short message service*) yang isinya bagi-bagi cerita mengenai tema tersebut, kirim-kirim salam, *request* lagu atau memberikan informasi yang sedang hangat di kalangan anak muda. Sambil membahas suatu tema, penyiar memutar lagu yang disukai oleh anak muda seperti lagu band Indonesia, luar negeri atau instrumen-instrumen. Karena jam siaran "*Siapa Kamu*" merupakan jam siswa SMA berangkat sekolah, maka animo pendengar termasuk banyak jika dilihat dari *sms* yang masuk setiap harinya.

Dengan banyaknya jumlah *sms* yang masuk hingga rata-rata 100 *sms* setiap program ini berlangsung, maka program siaran "*Siapa Kamu*" dapat dikatakan populer diantara pendengarnya. Sangat menarik untuk meneliti para siswa SMA yang mencari kesempatan untuk



menjadi penyiar dan berlomba-lomba untuk mengikuti audisi “*Siapa Kamu*”.

Karena setiap pendengar mempunyai latar belakang berbeda-beda, menarik untuk mengetahui apakah program siaran “*Siapa Kamu*” dapat memotivasi pendengarnya untuk menjadi penyiar? Penelitian ini akan ditujukan kepada siswa *Ninetyniners Radio School*, yang rata-rata mengikuti semua program acara di radio *Ninetyniners*. Dan dalam penelitian ini, siswa *Ninetyniners Radio School* memang mendengarkan program siaran “*Siapa Kamu*”.

Adapun hubungan antara terpaan program siaran “*Siapa Kamu*” dengan siswa *Ninetyniners Radio School*, dapat dilihat dari beberapa orang yang setelah mengikuti program siaran “*Siapa Kamu*” menjadi penyiar secara spontan ingin mengikuti kelas di *Ninetyniners Radio School*. Bukan hanya itu, setiap hari Jumat, siswa dari *Ninetyniners Radio School* diberi kesempatan untuk bergantian menjadi penyiar di program siaran “*Siapa Kamu*” setiap harinya.

Saat ini *Ninetyniners Radio School* sudah mempunyai 20 angkatan. Siswa yang belajar di *Ninetyniners Radio School* usianya berkisar 16-24 tahun. Untuk belajar menjadi penyiar, dalam seminggu

masuk 3 kali yaitu hari Senin, Rabu dan Jumat.

Pengertian motivasi menurut Oemar Hamalik (Djamarah, 2002: 114) menyatakan bahwa motivasi adalah suatu perubahan energi di dalam pribadi seseorang yang ditandai dengan timbulnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan.

Sesuai dengan pengertian motivasi, maka tidak perlu dipertanyakan lagi betapa pentingnya motivasi bagi siswa dalam belajar. Didalam kenyataan, motivasi belajar ini tidak selalu timbul dalam diri siswa. Dan dalam hal ini, motivasi meliputi pengetahuan, ketertarikan, dan keinginan untuk menjadi sesuatu atau seseorang.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut: “Hubungan Antara Terpaan Program Siaran ‘*Siapa Kamu*’ di Radio *Ninetyniners* Bandung dengan Motivasi Siswa *Ninetyniners Radio School* Untuk Menjadi Penyiar”

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha mengetahui motivasi berangkat dari tujuannya, yaitu penelitian eksplanatori yang menjelaskan



hubungan antara dua atau lebih gejala atau variabel. (Silalahi, 2010 : 30). Dan dalam penelitian eksplanatori ada dua tipe utama, yaitu penelitian asosiasi dan penelitian kausal. Penelitian kausal karena akan meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Artinya apakah perubahan nilai dalam suatu variabel menyebabkan perubahan nilai dalam variabel lain.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei dengan pendekatan metode korelasional, karena dalam penelitian ini penulis mencoba meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Secara formal metode korelasional adalah untuk mengetahui hubungan di antara dua variabel atau lebih.

Metode korelasional bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2004). Hubungan yang muncul dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel pengaruh dengan variabel terpengaruh.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penyampaian pesan dari sebuah media, membutuhkan intensitas waktu penyampaian atau yang dalam penelitian ini disebut sebagai intensitas membaca yang menurut kamus komunikasi, intensitas membaca adalah jumlah waktu yang digunakan dalam membaca, terdiri dari frekuensi dan durasi (Effendy, 1989:147). Sub konsep intensitas terdiri dari dua indikator yakni frekuensi dan durasi.

Pertama ialah frekuensi. Dimana frekuensi penggunaan media dalam mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk penelitian harian); berapa kali seseorang menggunakan media dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulan); serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan) (Ardianto dkk, 2007:168).

Kemudian yang kedua yakni durasi penggunaan media, yang menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan satu media (berapa jam sehari); atau berapa lama (menit) khalayak membaca surat kabar dalam hal ini lebih spesifik ke

berapa lama waktu yang dibutuhkan. (Ardianto dkk, 2007:168).

Anggapan dasar dari teori *Individual Differences Theory* ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda.

Hasil penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar. Semakin tinggi intensitas program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100FM Bandung maka akan semakin tinggi pula motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar.

Radio siaran harus mempunyai tema, yaitu pokok pikiran atau dasar cerita yang akan disajikan. (Romli:2005) Sedangkan menurut Santi, daya tarik radio berada pada tiga komponen, yaitu *voice/words*, musik dan *special effect*. (Santi:2008) Dengan 4 unsur yang terkandung dalam daya tarik ini, peneliti mempunyai ukuran untuk menghitung ada

atau tidaknya hubungan antara daya tarik program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar. Semakin tinggi kredibilitas penyiar program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners* 100FM Bandung maka akan semakin tinggi pula motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar, begitupun sebaliknya.

Kredibilitas yaitu seperangkat persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga diterima atau diikuti oleh khalayak. (Cangara, 1998:95). Dalam bukunya “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”, Effendy menerangkan bahwa: “Keahlian seorang komunikator apakah keahlian itu bersifat khusus atau bersifat umum seperti timbul dari pendidikan yang lebih tinggi akan membuat pesan yang dikomunikasikannya menimbulkan daya pengaruh yang kuat dan besar.” Ada beberapa kecakapan yang harus dimiliki penyiar menurut Romli



(2004: 32-33), antara lain: berbicara, membaca dan menulis.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kecakapan penyiar program siaran "*Siapa Kamu*" di radio *Ninety Niners* 100FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninety Niners Radio School* menjadi penyiar. Semakin tinggi kecakapan penyiar program siaran "*Siapa Kamu*" di radio *Ninety Niners* 100FM Bandung maka akan semakin tinggi pula motivasi siswa *Ninety Niners Radio School* menjadi penyiar, begitupun sebaliknya.

Dalam buku komunikasi massa dijelaskan *Individual Differences Perspective* menggambarkan khususnya perilaku *audience*. Proses ini berlangsung berdasarkan ide dasar dari stimulus-response. Di sini tidak ada *audience* yang relatif sama. Pengaruh media massa pada masing-masing individu berbeda dan tergantung pada kondisi psikologi individu.

*Individual Differences Perspective* masing-masing individu anggota *audience* bertindak menanggapi pesan yang disiarkan media secara berbeda. Itu pulalah mengapa mereka juga menggunakan atau merespon pesan secara berbeda. (Nurdin, 2003 : 98)

Motivasi di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu, usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.

Tampak bahwa motivasi orang pada umumnya bermacam-macam ada yang pada awalnya berasal dari keinginan dalam dirinya dan ada pula yang berasal dari luar dirinya. Motivasi merupakan salah satu penggerak internal di dalam pribadi orang yang mendorong ketertarikan dalam berbuat sesuatu. (Gerungan, 2004 :155-163)

Secara umum penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara terpaan program siaran "*Siapa Kamu*" di radio *Ninety Niners* 100FM Bandung dengan motivasi siswa *Ninety Niners Radio School* menjadi penyiar. Semakin menarik terpaan program siaran "*Siapa Kamu*" di radio *Ninety Niners* 100FM Bandung maka akan semakin tinggi pula motivasi siswa



*Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar.

#### D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa ada hubungan antara intensitas program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar yang termasuk dalam kategori sedang dan signifikan antara intensitas program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar. Adanya hubungan yang signifikan menunjukkan bahwa dalam penyampaian pesan dari sebuah media, semakin tinggi intensitas waktu mendengarkan program siaran “*Siapa Kamu*” maka semakin tinggi pula motivasi *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar.

Hubungan antara daya tarik program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiardinilai signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik program siaran “*Siapa Kamu*” maka semakin tinggi pula motivasi *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar.

Sedangkan untuk kecakapan penyiar program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiarberada di dalam kategori rendah antara kecakapan program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar. Adanya hubungan yang signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi kecakapan penyiar dalam program siaran “*Siapa Kamu*” maka semakin tinggi pula motivasi *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar.

Secara umum hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara terpaan program siaran “*Siapa Kamu*” dengan motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* menjadi penyiar. Adanya hubungan yang berada dalam kategori rendah yang signifikan menunjukkan bahwa motivasi siswa *Ninetyniners Radio School* untuk menjadi penyiar dipengaruhi oleh program siaran “*Siapa Kamu*” di radio *Ninetyniners 100FM Bandung*.



## Referensi

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Astuti, Santi Indra. 2008. *Jurnalisme Radio, Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bambang, Prasetyo. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raya Grafindo Persada
- Darmanto, A. 1998. *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*: Bandung
- Djamarah, Bahri 2002. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Effendi, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Kriyanto, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: KENCANA
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya
- Prijana. 2005. *Metode Sampling Terapan*. Bandung: HUMANIORA
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya
- Robbins, Stephen P.; Judge, Timothy A. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Romli, Asep Syamsul. 2005. *Jurnalistik Terapan, Pedoman Kewarganegaraan dan Kepenulisan Jurnalistik*. Jakarta: Batik Press.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Silalahi, Ulber. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Wahyudi, JB. 1994. *Dasar Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

\*\*\*